

Verantwortlich für den WEB- AUFTRITT?



Verantwortlich für den Webauftritt?

Dann ist diese Anleitung nur für Sie!

Alle Kund*innen in Ihrer Apotheke zufriedenzustellen, ist nicht immer einfach. Vor allem, wenn bürokratische Faktoren dazukommen, auf die Sie selber keinen Einfluss haben. Deshalb kommt es neben den positiven Rezensionen auch immer mal wieder zu schlechten Bewertungen.

Für viele ist es inzwischen normal, Bewertungen von Apotheken und Praxen zu prüfen, bevor sie das erste Mal dort hingehen. Und auch bei der Eingabe in das Navigationsgerät wird den potenziellen Kund*innen bereits eine Bewertung angezeigt. Daher ist es wichtig, die Bewertungen regelmäßig zu prüfen, und wenn Sie eine negative Bewertung entdecken, angemessen darauf zu reagieren. Genauso wichtig ist es übrigens, sich für jede positive Bewertung zeitnah und individuell zu bedanken!

Gerade bei Kritik ist es oftmals schwierig, die richtigen Worte zu finden – mit dieser Schritt-für-Schritt-Anleitung gelingt es Ihnen:



1. Einschätzung des Kommentars

Neben positiven Kommentaren sind **negative Rezensionen** ganz normal. Tauchen beispielsweise nur gute und überschwängliche Bewertungen auf, macht dies eher misstrauisch – denn jeder hat mal schlechte Tage.



2. Zeitliche Abfolge

Antworten Sie zeitnah, aber nicht überhastet. Sind Sie noch emotional angegriffen durch den Kommentar, antworten Sie nicht direkt – verarbeiten Sie die Punkte erstmal. Außerdem ist ein wenig Zeit nötig, um sich wirklich über das Feedback **Gedanken machen** zu können und eventuell Änderungen anzustoßen. Auch kann es helfen, im Team einmal nachzufragen, ob es die Bewertung vielleicht anders interpretiert.



3. Persönlich statt schnell

Präsentieren Sie sich als Mensch und gestehen Sie auch einen Fehler ein. Das zeigt Menschlichkeit und wirkt ehrlich. Egal ob die Bewertung fair oder unfair ist, sagen Sie, dass es Ihnen leid tut.

„Es tut uns leid, dass wir Ihren Erwartungen in unserer Apotheke nicht gerecht werden konnten.“ / „Es tut uns leid, dass Sie mit Ihrem Besuch in unserer Apotheke nicht zufrieden waren.“

Reagieren Sie am besten mit individuell verfassten Antworten. Eine Standardantwort wird schnell durchschaut und ist leicht erkennbar, wenn man mehrere Kommentare prüft. Die Kund*innen schildern eine bestimmte Situation oder ein Erlebnis – antworten Sie entsprechend auch darauf.



4. Sachlich und freundlich

Bieten Sie bei härterer Kritik ein **Telefonat oder ein Gespräch** vor Ort an. Das zeigt, dass Sie die Erfahrung ernst nehmen.



5. Optimierungspotenzial

Manchmal ist die Kritik angemessen und hat sogar zur Folge, dass Sie **etwas in der Apotheke optimieren**. Teilen Sie das mit den Kund*innen.



6. Zum Positiven wenden

Denken Sie bei allen öffentlichen Antworten daran, dass Sie dadurch profitieren können, wenn die Antworten richtig gewählt sind – denn diese **zeigen anderen Interessenten Ehrlichkeit und Kundenorientiertheit**. Bleiben Anschuldigungen unkommentiert, scheinen Ihnen Kundenmeinungen nicht wichtig.



7. Gefälschte oder sachlich falsche Behauptungen

Bei einigen Bewertungsportalen gibt es **Richtlinien für Bewertungen**. Meistens sind folgende Inhalte verboten:

1. Spam
2. Illegale Inhalte
3. Identitätstauschungen
4. Gefälschte Bewertungen
5. Sexuell explizite Inhalte
6. Nicht themenbezogene Inhalte

Sollten Sie eine solche Rezension erhalten haben, gehen Sie dagegen vor und **melden den Kommentar**. Bei Beleidigungen und Unwahrheiten stehen die Chancen meist gut, dass diese gelöscht werden. Hier wird zwischen zwei Dingen unterschieden: **der Meinungsäußerung und der Tatsachenbehauptung**.

Meinungsäußerungen müssen Sie wohl oder übel dulden, sofern diese subjektiv sind, denn diese unterliegen der Meinungsfreiheit. Eine Tatsachenbehauptung, die falsch ist, kann man juristisch angreifen. Ein Beispiel dafür wäre: Ein Kunde behauptet fälschlicherweise, einen Termin bei Ihnen vereinbart und dann vor verschlossener Tür gestanden zu haben.